

存量客户激活营销技巧

主讲：黄永欢

一.存量客户-存量是基础

1.守住存量，方能开拓：银行存量客户的分析

1)、不同休眠客户的原因分析：多次不满的客户、跟进不到位的客户、不了解银行的客户、有同业竞争的客户、无主动需求的客户

2)、非休眠存量客户分析

2.客户经理困惑分析

1)、畏惧心态，不敢向客户营销

2)、技能不足，不知如何去营销

3.存量客户激活内外环境因素分析

1)、网点变革趋势

2)、外部竞争压力

3)、客户需求变化

4)、存量与新增之间的辩证关系

4.建立全员组织营销流程

二.存量客户激活的具体操作

1.针对不同存量客户来源对策

1) .如何管理好现有客户

□如何利用 CRM 系统来挖掘潜在客户进行二次开发。

□用好你的 QQ 群、微信群等工具管理现有客户。

□现有客户的转介绍：获取新客户方法

2) .客户的需求不是单一

□从客户的净资产和盈利模式分析客户的规模

□通过客户感兴趣的内容来产生联系机会并提供相关资讯和相应产品

3) .通过零售银行客户 DISC 分析判断和改变销售话术

□强势客户攻略

□好面子客户攻略

□求稳的客户攻略

□精打细算的客户攻略

4) .建立客户投资组合：风险能力测试/风险态度决定客户资产配置

2.柜面推荐流程(柜面转介绍流程设计)

3.短信营销分类及话述

4.电话营销话述

你的每一个电话都能发现客户隐性的金融投资需求

□学会和客户定期沟通

5.客户约见（要点及话术）

6.建立产品营销台账

三、银行怎么样来激活存量客户

一)、高效电话邀约

1. 找到打电话的原动力

2. 勇敢迈出第一步

3. 信任的建立

4. 影响电话沟通的三大因素

二)、实战面谈技巧

1. 认识财富管理的理念

2. 设定面谈目标，精心准备面谈

3. 接洽开场

通过储忆系统和性格模式分析识别客户□

对客户消费价值、特征、需求进行分析归类□

通过客户言行把握开场寒暄的关键点□

误区分析及正确模式解析□

有效接洽开场的四种方法□

【案例分析】不同银行客户的性格特征

4、KYC——了解你的客户 6 种提问方式

5、SPIN——4 步找到需求突破口

【案例分析】高效提问挖掘客户对银行产品的潜在需求

四、存量客户价值提升 - 交叉精准营销

1.交叉销售-提升客户粘性

2.交叉销售的步骤（产品的复杂程度来划分）

3.交叉销售成功因素

1) .心态

2) .知识/专业

3) .技巧（金融需求的五个层次）